



ZENALE E BUTINONE

Ministero dell'Istruzione

ISTITUTO STATALE DI ISTRUZIONE SUPERIORE

Via Galvani, 7 - 24047 TREVIGLIO (BG)

Tel. sede: 0363 303046 - Fax 0363 302494 - E-Mail: bgis033008@istruzione.it - www.zenale.edu.it



Codice mecc. BGIS033008 - C.Fiscale 84003610163 - Codice un. Ufficio UF93RY - Posta Cert. bgis033008@pec.istruzione.it

Progettazione Multimediale

KIT DI RECUPERO classi quarte

TECNICO GRAFICA E COMUNICAZIONE
ISIS Zenale e Butinone

Unità Formativa 1

L'EDITORIA

RISULTATO ATTESO/COMPETENZA CHIAVE DA ACQUISIRE

Sa progettare e realizzare prodotti editoriali completi. Sa sviluppare e realizzare messaggi precisi, grafico-visivi rispettando le regole della struttura compositiva e creativa finalizzata agli obiettivi del progetto.

Unità Formativa 2

INTRODUZIONE AI PROGETTI DI COMUNICAZIONE

RISULTATO ATTESO/COMPETENZA CHIAVE DA ACQUISIRE

Sa progettare e realizzare un prodotto di comunicazione visiva finalizzata alla comunicazione sociale e commerciale.

Unità Formativa 3

LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA

RISULTATO ATTESO/COMPETENZA CHIAVE DA ACQUISIRE

Sa individuare le diverse modalità della comunicazione d'impresa e le applica nelle varie tipologie di comunicazione.

Sa orientarsi e individuare le diverse funzioni svolte dalle singole professionalità che compongono il team di lavoro nel settore pubblicitario. Sa individuare e riconoscere le finalità di un brief.

Unità Formativa 4

IL MARCHIO E L'IMMAGINE COORDINATA DI BASE

RISULTATO ATTESO/COMPETENZA CHIAVE DA ACQUISIRE

Saper progettare e realizzare segni iconici figurativi ed astratti, sviluppando un iter progettuale corretto e applicando le regole basilari per la loro configurazione.

Saper individuare le diverse forme verbali o tipografiche di un marchio.

Saper progettare un marchio e un'immagine coordinata coerente con l'identità dell'azienda.

Unità Formativa 5

LA COMUNICAZIONE SUL PUNTO VENDITA

RISULTATO ATTESO/COMPETENZA CHIAVE DA ACQUISIRE

Saper progettare una comunicazione sul punto vendita, individuandone le tecniche e i mezzi a disposizione, i rapporti con le altre forme di comunicazione.

Saper realizzare le caratteristiche comunicative delle diverse tipologie di prodotti grafici per la comunicazione sui punti vendita.

Libro di testo: Competenze Grafiche

Autori: Silvia Legnani – Catia Mastantuono – Tiziana Peraglie – Rita Soccio

Editore: CLITT

STUDIARE SUL LIBRO

1. L'editoria: pag. 192 - 200
2. Dal brief alla proposta creativa: pag. 107-117
3. Le figure professionali: pag 88 - 104
4. Marchio e visual identity: pag. 278 - 295

Lo studio sul libro di testo deve essere integrato con gli appunti personali e/o le slide fornite dai docenti durante l'anno scolastico.

step 1

4

BRIEF 1

Progettazione di un marchio per l'azienda **Agri Brianza**
<http://www.agribrianza.net>

L'azienda che opera nel settore delle attrezzature e prodotti per il giardinaggio, intende presentarsi sul mercato con un nuovo marchio.
Individuare le caratteristiche principali dell'azienda e i concetti chiave della marca da comunicare.

Progettare:

Un marchio che sia rappresentativo dell'azienda.
L'applicazione del marchio per il corredo aziendale di base.

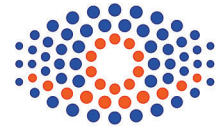
Elaborati richiesti:

- Bozzetti con più proposte progettuali, tecniche manuali;
- Disegno geometrico del marchio;
- Layout realizzato con Adobe Illustrator: b/n - colore - riduzioni;
- Immagine coordinata di base (carta intestata e foglio seguito, busta e biglietto da visita).
- Relazione illustrativa che contenga il concept del progetto/presentazione del lavoro.

Portare l'esercitazione completa il giorno della prova di recupero.

BRIEF 2

GrandVision



Prodotti per una iniziativa promozionale per "GrandVision"

La GrandVision, retailer internazionale nel settore dell'ottica, presente in 44 differenti Paesi con oltre 6.000 punti vendita nel mondo, offre le migliori soluzioni per il benessere visivo.

GrandVision opera a livello internazionale da oltre 100 anni e in Italia è presente con oltre 400 negozi ad insegna Avanzi, Optissimo, GrandVision by Avanzi, GrandVision by Optissimo, Solaris. In tutti i punti vendita la GrandVision applicherà sconti Fino al 30% sugli occhiali da sole delle nuove collezioni. La promozione sarà valida fino al 07/05/2017 sui modelli di occhiali da sole (nuove collezioni) contrassegnati da apposita etichetta, fino ad esaurimento scorte.

Progettare:

- ETICHETTA PER OCCHIALI
- ESPOSITORE
- VETROFANIE - per vetrine o pareti - comunicazione della promozione
- CARTOLINE formato 10 x 15 o A5 (fronte e retro)
- SHOPPER in carta con logo della catena, comunicazione della promozione e centro commerciale di riferimento.
- CALPESTABILE cm 300 x 150 adesivo PVC Avery bianco calpestabile con pellicola protettiva trasparente (effetto buccia d'arancia-antiscivolo), spessore 120 micron. Indicato per brevi durate (30gg), stampato con nuova tecnologia semilucida Latex.
- MANIFESTO cm 100 x 140 - che nei pressi del punto vendita segnali l'azione promozionale
- PUBBLICITÀ PER SCHERMO (MONITOR) Minimo slide 3 (1920 px X 1080 px) 70 x 40

Elaborati richiesti:

- Bozzetti con più proposte progettuali, tecnica manuale
- Layout di tutte le tipologie indicate, tecnica manuale o digitale
- Relazione illustrativa

Portare l'esercitazione completa il giorno della prova di recupero con i Bozzetti, layout manuali, eventuali layout digitali.

step 3

6

OBIETTIVI MINIMI

Dipartimento AREA D'INDIRIZZO Grafico / Lab.Tec. Foto-Video

a. s. 2019/2020

**PROGETTAZIONE GRAFICA - TECNOLOGIE DEI PROCESSI DI PRODUZIONE - SCIENZE E TECNOLOGIE
APPLICATE - TEORIA DELLA COMUNICAZIONE
LABORATORI TECNICI (FOTO-VIDEO) – OGPP**

VOTO	CONOSCENZE	ABILITÀ	COMPETENZE	LIVELLO
7/8	Attinenza al tema proposto. Certezza nella definizione concettuale dei contenuti.	Prende parte alle attività proposte con una buona frequenza. Consegna lavori completi e corretti. Utilizza gli strumenti in modo preciso, la realizzazione del prodotto richiesto è completa originale. Evidenzia soluzioni strutturate ed estetiche.	Padroneggia gli strumenti della comunicazione, utilizzando anche le risorse digitali in modo consapevole.	INTERMEDIO
6	Attinenza al tema proposto. Incertezza nella definizione concettuale dei contenuti	Prende parte alle attività proposte con frequenza non sempre costante. Consegna i lavori con alcuni errori. Utilizza gli strumenti in modo preciso, la realizzazione del prodotto richiesto è completa originale. Evidenzia generiche soluzioni strutturate.	Padroneggia con qualche difficoltà gli strumenti della comunicazione, utilizzando anche le risorse digitali.	BASE
5	Frammentaria e superficiale.	Prende parte alle attività proposte con frequenza saltuaria. Non sempre consegna i lavori e commette errori. Utilizza gli strumenti in modo non sempre preciso, la realizzazione del prodotto richiesto non è sempre completa e originale. Evidenzia generiche soluzioni strutturate.	Parziali Utilizza in modo parziale gli strumenti della comunicazione e le risorse digitali, in coerenza con le richieste dei docenti.	PARZIALMENTE RAGGIUNTO
4	Frammentaria e lacunosa.	Raramente prende parte alle attività proposte. Non sempre consegna i lavori e commette gravi e numerosi errori. Utilizza gli strumenti in modo non corretto, la realizzazione del prodotto richiesto non è sempre completa è non del tutto completa	Limitate Utilizza in modo limitato sia gli strumenti della comunicazione che le risorse digitali e non coerente con le richieste dei docenti.	
3	Vaga, basata su nozioni isolate e prive di significato.	Raramente prende parte alle attività proposte. Non sempre consegna i lavori e commette gravi e numerosi errori. Non utilizza gli strumenti in modo corretto, la realizzazione del prodotto richiesto è incompleta.	Molto limitate Utilizza in modo limitato gli strumenti della comunicazione e le risorse digitali e non coerente con le richieste dei docenti.	
1/2		Non prende parte alle attività proposte, Non svolge alcun lavoro, nonostante i contatti con il docente. Non utilizza gli strumenti, la realizzazione del prodotto richiesto è incompleta	Completamente inadeguate. Non utilizza né gli strumenti della comunicazione né quelli digitali in modo coerente con le richieste dei docenti.	NON RAGGIUNTO

Rev. il 03/05/2020 e approvata nella riunione di Dipartimento di Grafica il 03/06/2020